

MENGAMBAIL MANFAAT MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN LAYANAN PERPUSTAKAAN

Cahyana Kumbul Widada, SIP
Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta(UMS)
Pustakawan di Perpustakaan UMS
ckw144@ums.ac.id

ABSTRACT

Information technology has brought changes in all aspects of life for today's modern world. The Internet is becoming more popular and familiar as a source of information. Social media is a medium on the internet that allows users to represent themselves as well as interact, cooperate, share, communicate with other users and form a virtual social bond. The type of social media with all its characteristics brings a positive influence in building the service model. In research at Library of Muhammadiyah University of Surakarta (UMS) the users of social media facebook (29%), Youtube (22%), Instagram (21%), twitter (17%), Blog (7%), and wiki (4%). Facebook is the most popular of social media, allowing it to be developed as a means of meeting and online discussions that interact with each other

Keyword: Information technology, internet, social media

ABSTRAK

Teknologi informasi telah membawa perubahan seluruh aspek kehidupan bagi dunia modern saat ini. Internet semakin populer dan familiar sebagai sumber informasi. Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*. Jenis media sosial dengan segala karakteristiknya membawa pengaruh positif dalam membangun model pelayanan. Dalam penelitian di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) pengguna media sosial *facebook* (29%), *Youtube* (22%), *Instagram* (21%), *twitter* (17%), *Blog* (7%), dan *wiki* (4%). *Facebook* merupakan media sosial paling populer dan paling banyak diminati, memungkinkan untuk dikembangkan sebagai sarana *meeting* dan diskusi online yang saling berinteraksi satu sama lain.

Kata kunci: Teknologi informasi, internet, media sosial

1. PENDAHULUAN

Pergantian peradaban industrialisasi menuju era informasi, konsep kebutuhan manusia pun berubah, informasi menggeser kebutuhan-kebutuhan lain. Pada masa era industrialisasi, penentu kekuatan adalah kepemilikan sumber daya manusia dan alam yang mampu merubah produk-produk industri. Namun di era informasi, Informasi menjadi semakin seksi untuk terus di buru sebagai bentuk eksistensi kehidupan. Di era informasi, ketinggalan informasi menjadi sebuah aib yang mencoreng sendi-sendi kehidupan manusia. Kini jaman semakin akomodatif terhadap kebutuhan informasi. manusia semakin dimanjakan atas kondisi ini, tidak lagi ada batasan untuk memperoleh informasi. Informasi dapat didapat kapan kita mau, mudah dijangkau dengan sangat luas, kapan saja, dan dimana saja. Perkembangan berbagai alat komunikasi, berkembang dari hari ke hari. Tidak hanya mampu mengkomunikasikan informasi secara verbal dan visual, namun mampu memberikan fasilitas untuk mengakses berbagai informasi dari berbagai sumber informasi yang tersedia. Informasi muncul dengan cepat dan dengan jumlah banyak bak air bah melanda daratan, ini diartikan sebagai "*information overload*" adalah terjadinya kelebihan jumlah informasi yang tersedia, yang membuat prosesing dan penyerapan informasi menjadi sulit bagi seseorang untuk menyeleksi.

Perkembangan teknologi baru di bidang komputer dan informasi membawa dua hal sekaligus, yaitu harapan dan kekhawatiran, khususnya di kalangan pihak yang mengelola dan memanfaatkan sumberdaya berupa data, informasi dan pengetahuan. Pada dunia perpustakaan, Perpustakaan digital lahir karena adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini. Perubahan tersebut dari

kulit sampai isi, dari perubahan teknis hingga pergeseran paradigma dan dari perubahan sederhana hingga ke perubahan kompleks (Pendit, 2013)

Jejaring sosial atau medsos seakan telah mengubah wajah jurnalistik. Jurnalisme penuh akurasi dan tahapan berganti dengan jurnalisme serba cepat tanpa memperdulikan sumber berita dan akurasi berita. Medsos seakan telah menggusur “kemampuan jurnalisme” dengan wajah dan gayanya. Setiap orang dapat membuat akun medsos dan menggunakannya sebagai alat menyampaikan berita. Orang merasa tergugah dengan ketinggalan berita sehingga mereka pun ikut berpartisipasi menjadi pengkabar berita dengan akun yang ia miliki. Terus bersambung dan ini menjadi berkembang nyaris menjadi trading seluruh masyarakat atau rakyat ikut andil dalam menyebarkan berita (*citizen journalism*). Tentunya kesadaran akan pentingnya informasi menjadi hal yang menarik untuk di kaji. Tentu ada hal positif dan negatif. Namun itulah yang bikin menarik dan orang pun menjadi serasa butuh. Sebuah ciri khas dari medsos yang telah mendorong perubahan perilaku sosial sekarang ini karena berita tersebut bersifat langsung (*real-time*), interaktif, berita terdokumentasi dengan baik, dan sebagai pengelola media dapat langsung berperan sebagai jurnalis, editor, pemimpin redaksi dan distributor sekaligus menjadi *feedbacker* dari sebuah berita. (Widada, 2017)

Budaya siber (*cyberculture*) adalah praktik sosial maupun nilai-nilai dari komunikasi dan interaksi antar pengguna yang muncul di ruang *siber* dari hubungan antar manusia dan teknologi maupun antarmanusia dengan perantara teknologi. Budaya itu diproduksi, didistribusikan dan dikonsumsi melalui jaringan internet dan jaringan yang terbentuk antar pengguna. Media sosial (medsos) merupakan ruang terjadinya interaksi tersebut. (Nasrullah, 2014). Salah satu kelebihan yang diberikan oleh sosial media adalah kemudahan untuk mempertemukan sekumpulan orang dengan minat yang sama. Tidak peduli seberapa spesifik pun hobi yang dicari, saat ini sudah cukup banyak komunitas yang berkembang dengan bantuan sosial media. Misalnya *Facebook Groups* dan *Linkedin Groups* serta *Google+ communities*, dan lain-lain.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Berkomunikasi berarti seseorang penyampai pesan, menyampaikan pesan melalui media pesan dan kemudian di terima oleh yang menerima pesan. Ketika di sebut media maka akan memberikan gambaran bahwa sarana dan teknologi untuk menyampaikan pesan. Misalnya koran merupakan representasi dari media cetak, radio yang merupakan media audio dan televisi sebagai media audio-visual dan internet merupakan representasi dari media online atau di dalam jaringan. Banyaknya informasi bisa membawa masyarakat ke hal-hal yang tidak produktif karena fokus mereka tidak pada apa yang seharusnya dilakukan. Banyak informasi yang tidak sehat atau bermanfaat bagi setiap individu. Belajar memilah dan memilih informasi merupakan tindakan yang perlu dilakukan. (Dian 2015).

Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merpresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Jadi bersosial berarti *cognition* (pengenalan), komunikasi (*Communication*) dan kerjasama (*co-operation*) (Nasrulloh, 2015).

Media sosial telah menjadikan keterlibatan masyarakat global dengan memiliki kesempatan yang sama (*flat*). Media sosial juga telah mampu mewujudkan kolaborasi manusia tanpa batasan waktu dan tempat. Media sosial merupakan alat komunikasi *reversible* generasi sekarang. (Kamil, 2014)

2.1. Perjalanan Media Sosial

Jaman terus berputar seiring kemajuan teknologi yang pesat menjadi sarana yang tadinya dirasa tidak mungkin menjadi mungkin. Kehadiran internet melalui jejaring sosialnya merevolusi cara orang berkomunikasi. Pesan yang disampaikan menjadi beragam, cepat, jelas dan bisa menjangkau banyak orang sekaligus dalam waktu yang singkat tanpa batas waktu dan jarak.

Tahun 2002, muncul *Friendster*, media sosial pun menjadi tren baru masyarakat perkotaan untuk saling berinteraksi, dan saat itu pula dunia maya seakan menjadi rumah mereka kedua mereka.

Tahun 2003 muncul *MySpace* dan *LinkedIn*, media sosial ini lebih berkembang karena tidak saja berinteraksi dan bersosialisasi tetapi memberikan kemudahan dalam mencari pekerjaan.

Tahun 2004, muncul media sosial yang paling monumental *Facebook*. Facebook menjadi *booming* karena memberikan kemudahan dan beragam fasilitas yang tidak dimiliki para pendahulunya. Beranggotakan jutaan dengan memanfaatkan fasilitas untuk saling berinteraksi lebih intens, lebih personal, dan lebih akbar melalui jejaring sosial ini.

Tahun 2006, *Twitter* lahir sebagai media jejaring sosial dengan ciri khusus, bahwa penggunaannya harus kreatif untuk menuangankan gagasan sebesar 140 karakter. Justru ini telah menjadi primadona baru menjadi alat berkomunikasi lebih efektif, kreatif, menggalang dukungan bahkan sebagai alat perlawanan terhadap para pemegang kekuasaan yang tidak di sukainya.

Media sosial memberikan kontribusi babak baru dalam peradapan ilmu pengetahuan. Ilmu Pengetahuan tidak lagi menjadi monopoli para pemikir atau ilmuan di institusi keilmuan, tetapi semua orang yang ikut terkoneksi dalam jejaring sosial global pun bisa memberikan sumbang sih sekaligus menikmatinya. Dengan hadirnya beragam jenis media sosial dengan segala karakternya, memberikan dampak keefektifan dan keefisienan waktu, tidak perlu copy darat untuk menuangakan ide dan berdiskusi panjang lebar tanpa batasan waktu dan jarak, cukup dengan PC atau smartphone. (Kamil,2014)

2.2. Karakteristik Media Sosial

Ciri khas atau karakteristik media sosial di jelaskan berbagai teori namun penulis mengambail dari Nasrullah dalam buku Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi (2015:16) memberikan gambaran sebagai berikut :

1. Jaringan

Jaringan (*network*) berarti infrastruktur komputer (*hardware*) yang menghubungkan komputer yang satu dengan yang lain. Hubungan atau koneksi sangat urgen karena dengan adanya koneksi maka terjadi komunikasi antar komputer melalui jaringan tersebut.

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial, membentuk jaringan antara penggunaannya, baik kenal atau tidak. Mekanisme teknologi inilah yang akan membentuk ikatan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan dari sisi lain yaitu jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekadar alat (*tool*). Internet memberikan andil t erhadap munculnya ikatan sosial melalui interaksi internet. Nilai-nilai dalam masyarakat virtual sampai dalam struktur sosial secara online.

2. Informasi

Informasi menjadi entitas yang amat penting dari media sosial karena mereka sharing dengan informasi dari konten yang mereka sebarakan melalui jaringan yang ada. Mereka berhubungan satu sama lain melalui konten informasi. Jadi Informasi menjadi komoditas dalam masyarakat informasi(*information society*). Informasi di produksi, di sebarakan, dipertukarkan di kemas ulang, di simpan dan dikonsumsi yang menjadikan informasi sebagai produk yang bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme produk. Informasi dalam media sosial memiliki ciri bahwa informasi yang di kodekan(*encoding*) yang kemudian di distribusikan melalui berbagai perangkat sampai dapat terakses oleh pengguna(*decoding*). Informasi inilah yang menjadi sarana saling berinteraksi satu sama lain. Dari sisi lain informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Setiap anggota yang ingin bergabung harus menyertakan identitas pribadinya. Itu ini pula yang menjadi representasi dari identitas dari pengguna. Jadi informasi menjadi hal yang sangat urgen karena memang saling dikonsumsi antar anggotanya.

3. Arsip

Arsip menjadi karakter bahwa informasi yang sudah di unggah akan tersimpan dan siap untuk di akses setiap saat. Bahkan dalam proses penyimpanan bisa terjadi kapitalisasi penyimpanan tidak hanya di tempat kapan memproduksi informasi tersebut tetapi dapat di simpan oleh orang yang pernah mengaksesnya dan melakukan proses penyimpanan.

4. Interaksi

Terbentuknya jaringan komunikasi antarpengguna menunjukkan bahwa interaksi antar pengguna tersebut tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau *follower*(pengikut) di dunia maya, tetapi dapat memberikan tanda emosi(*emotion econ*), mengomentari mendesain ulang informasi bahkan menshare media lain dengan aplikasi lain pula. Di sisi lain interaksi tidak sebagaimana pada media lama, penerima hanya menerima tidak dapat langsung memberikan respon atau tidak dapat mengemas kembali informasi yang ada kemudian mensharenya. Interaksi ini juga tidak mengenal waktu, ruang, gender wilayah dan lain sebagainya.

5. Simulasi sosial

Simulasi terjadi sebagaimana terjadi dalam kenyataan berinteraksi di dunia nyata, namun walaupun tidak merupakan realitas, tetapi itulah yang terjadi pada realitas tersendiri dalam media sosial. Simulasi terjadi bila terjadi komunikasi melalui antar muka (*interface*) harus masuk (*login*) terlebih dahulu. Kemudian penggunapun harus melibatkan keterbukaan identitas yang tidak saja di baca oleh pengguna yang sedang akses tetapi bisa diakses oleh siapa saja.

6. Konten oleh pengguna

Konten merupakan ciri dari pemilik akun media sosial. Konten juga dimungkinkan diproduksi oleh pengguna lain. Dimana pengguna di satu sisi sebagai produsen konten tetapi di sisi lain juga menjadi konsumen konten tersebut.

7. Penyebaran (*Share/sharing*)

Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Penyebaran dapat melalui kontennya dan juga melalui perangkatnya yang akan dapat memperluas jangkauan konten tersebut. Umumnya media sosial mempunyai fasilitas tombol *share* pada perangkatnya.

Dalam buku tersebut juga menjelaskan jenis media sosial meliputi:

1. Media jejaring sosial (*social networking*)

Media sosial yang paling populer yang memungkinkan anggotanya saling berinteraksi dapat berupa teks, foto, gambar, dan video. Ciri khas dari jejaring sosial ini setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah ada atau jejaringa pertemanan baru. Pertemanan ini didasarkan pada sesuatu yang sama misalnya hobi, pandangan politik, asal sekolah, atau profesi. Yang saat ini populer adalah *facebook*, *linkedin*, *google plus*. Jenis *Relationship Networks* pun dapat terjadi dari yang profesional untuk mencari pekerjaan, biro jodoh, hubungan profesi . dalam media social juga mempunyai cirri khas misalnya *Facebook Page*, *Instagram* atau akun *Twitter*.

2. Jurnal online (*Blog*)

Blog merupakan media sosial situs pribadi yang berisi tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbaharui setiap harinya, yang memungkinkan pula penggunaanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya, dapat menjadi pesaing media massa pada umumnya. Umumnya dikelola sendiri (personal homepages) dan dalam perkembangannya perusahaan mulai melirik untuk mengkomunikasikan konten kepada para pelanggannya. Dan sebagai sarana dapat juga memuat jurnal-jurnal. Memanfaatkan halaman *wblog gratis*, seperti *wordpress*, *blogspot*.

3. Jurnal online Sederhana atau mikroblog(*microblogging*)

Merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya. Seperti halnya twitter yang hanya menyediakan 140 kata dapat mempromosikan pandangan, pendapat sampai membahas trending topic dan turut pulau berkicau dengan tagar (*hashtag*) tertentu.

4. Media berbagi (*media sharing*)

Yaitu situs media sosial yang memungkinkan untuk berbagi dengan media berupa teks, audio, video dan sebagainya.

5. Penanda sosial (*social bookmarking*)

Merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasikan, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi berita tertentu secara online. Media sosial ini sering memuat juga informasi berapa banyak web yang memuat konten tersebut yang sudah diakses.

6. Media konten bersama atau *wiki*

Merupakan media konten bersama karena kontennya merupakan kolaborasi konten bersama. Media ini hanya menyediakan perangkat lunak yang bisa dimasuki oleh siapa saja untuk mengisi, menyunting bahkan mengomentari sebuah tema yang dijelaskan. Media ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu wiki publik dan privasi. Yang privasi biasanya seperti ada moderatornya.

3. METODE

Pertama data Penelitian ini mengambil informasi awal dari harian Kompas Senin, 24 Oktober 2016, memaparkan data yang menarik sebagai gambaran awal oleh penulis. Kompas merelease survei Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) tentang jumlam Perkembangan penduduk Indonisia yang menggunakan jaringan internet sebagai sarana mendapatkan informasi melalui perangkat teknologi informasi

Kedua, Penelitian ini juga melengkapi data yang lebih spesifik dengan menggunakan sampel sebanyak seratus responden dari pemustaka di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS). Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket sederhana yang diberikan kepada Pemustaka yang datang di Perpustakaan UMS. Pemilihan responden didasarkan pada pemustaka yang membawa *Smartphone* dan atau *laptop* serta pemustaka yang sedang atau terbiasa akses komputer di Perpustakaan UMS. Data di rekap dalam tabel kemudian di analisa.

Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa responden dari pemustaka baik yang jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Responden menyampaikan jawaban jenis media sosial yang di akses serta motivasi apa yang mendorong akses situs media sosial apakah hanya sekedar mengupdate informasi, melakukan pertemanan *online*, mengakses atau mengiklankan suatu produk, melakukan proses pembelajaran untuk tugas-tugas kuliah dan penelitian, apakah hanya sekedar merifres atau berekreasi secara *online*, bahkan menuangkan ide-ide perubahan dalam masyarakat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

Data awal dari Asosiasi Penyelenggara Jaringan *Internet* Indonesia (APJII) menyatakan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia ini, kini telah tersambung ke dalam jaringan Internet (132,7 juta orang) dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta orang. Peningkatan cukup pesat pada angka 51,8 % dibandingkan jumlah pengguna internet pada tahun 2014 lalu dengan jumlah 88 juta. Peningkatan ini di dorong oleh berkembangnya infrastruktur teknologi informasi dan mudahnya mendapatkan *smartphone* atau perangkat genggam (*gadget*), Data lebih rinci sebagai berikut:

Tabel 1. Penduduk Indonesia dalam Mengakses Internet

Jumlah Penduduk (juta)	Jumlah Penduduk (%)	Aktivitas Akses
67,2	50,7	melalui perangkat genggam dan komputer
63,1	47,6	mengakses dari <i>smartphone</i>
2,2	1,7	mengakses hanya dari komputer.

Sumber: Harian kompas 24 Oktober 2016

Data penelitian ini di ambil dari 100 (seratus) pemustaka di Perpustakaan UMS, laki-laki berjumlah 44 orang dan perempuan berjumlah 56 orang. Terlihat dalam table 1 di bawah ini:

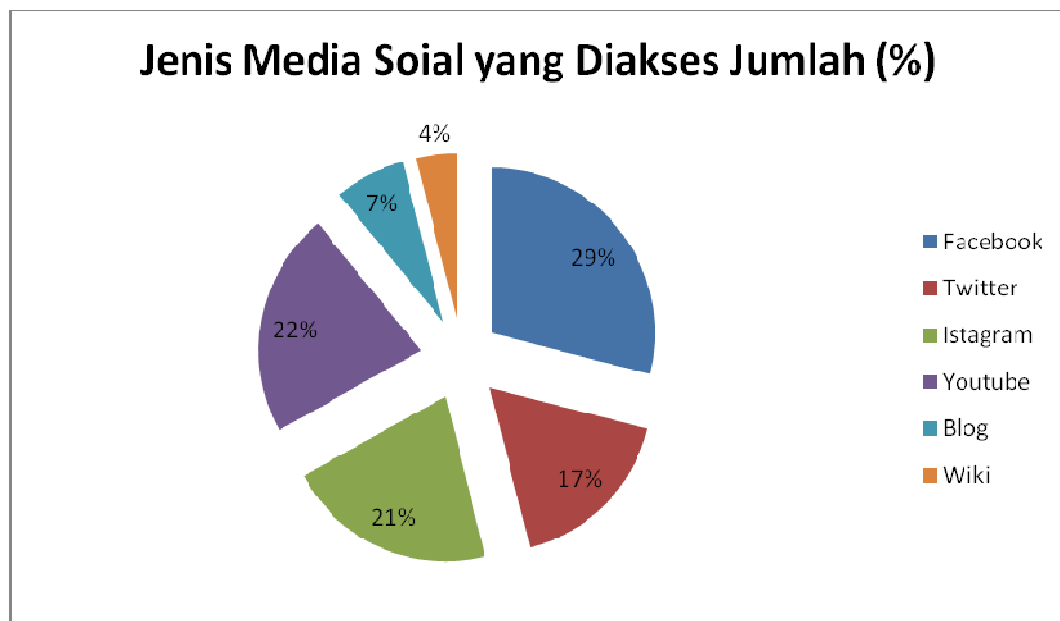
Tabel 2. Karakteristik Responde pengguna Intertnet Berdasarkan Gender

Gender	Jumlah	%
Laki-laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Penelitian Perpustakaan UMS April 2017

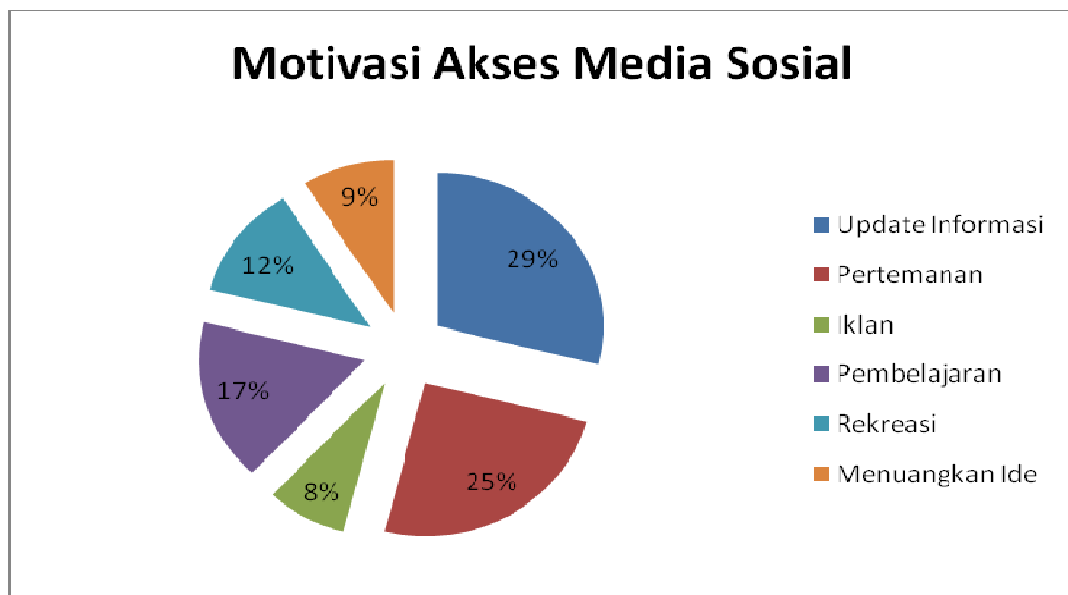
Peneliti sudah biasa mengamati para responden tersebut yaitu responden yang membawa *smartphone* dan atau laptop atau pemustaka yang terbiasa akses komputer di ruang komputer

Perpustakaan UMS. Media sosial yang populer oleh para responden adalah *Facebook* (29%), *Youtube* (22%), *Instagram* (21%), *twitter* (17%), *Blog* (7%), dan *wiki* (4%). Terlihat dalam gambar 2, yaitu jenis media sosial yang di akses oleh para responden.



Gambar 1, Jenis Media Sosial yang Diakses

Kemudian dalam gambar 2, memperlihatkan bahwa motivasi dalam mengakses media social sangatlah beragam. Untuk mendapatkan dan mengupdate informasi sebesar 29%, pertemanan(25%), proses pembelajaran misal akses jurnal online, mencari tugas-tugas kuliah, (17%), bersifat rekreatif baik melihat film, chating, dll (12%), mencoba menuangkan ide-ide konstruktif dalam permasalahan bangsa dan masyarakat(9%) dan yang beriklan online(8%).



Gambar 2, Motivasi Akses Media Sosial

4.2. Pembahasan

Data di atas memberikan gambaran pembuktian sebagaimana berikut:

Media sosial merupakan media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*. Makna tersebut merujuk pada makna bersosial yaitu pengenalan (*connition*), komunikasi (*communication*) dan kerja sama (*co-operation*) (Nasrullah, 2015).

Mereka telah melakukan pengenalan melalui model petemanan misalnya, sangat jelas mereka juga melakukan komunikasi baik langsung dengan tanggapan, atau dengan tanggapan yang tertunda (*pending*). Mereka menawarkan produk, menyampaikan ide-perubahan melalui diskusi online atau dalam group-group tertentu serta melakukan proses pencarian informasi baik hanya untuk rekreasi, kemas ulang di share kembali, mencari bahan-bahan pembelajaran dan penelitian.

Data di atas juga sejalan sebagaimana yang di release oleh harian Kompas pada tanggal 28 Oktober 2014 merilis data dari Kominfo menyatakan bahwa data pengguna internet (*netter*) di seluruh dunia dan Indonesia menempati urutan ke 6 dan ini dimungkinkan akan semakin bertambah pada tahun mendatang. Hal ini ditunjang dengan berkembangnya Ponsel cerdas (*smartphone*) dan koneksi *broadband mobile* yang makin terjangkau sehingga mendorong pertumbuhan akses internet di negara-negara yang tidak bisa mengandalkan *fixed line* termasuk Indonesia.

Sebagai data tambahan yang di release Suara Muhammadiyah No 02 Th 102 di release survei dari INFID (*International NGO Forum on Indonesia Development*) pada bulan Oktober 2016 pada 1200 responden berusia 15-30 tahun di Bandung, Yogyakarta, Surakarta, Surabaya, Pontianak dan Makasar. Dari total responden yang mengakses internet mencapai 60.4 %, 87.8 persen akses internet melalui handphone, Aktivitas yang sering dilakukan sebesar 31.3% untuk akses *medsos* dan *facebook* menempati urutan teratas dalam (64.8%) sebagai laman media sosial yang paling sering dikunjungi selanjutnya youtube 6,3%, twitter 5,9% blogspot 0,5% dan lain-lain.

Data lain menyampaikan bahwa aktifitas *netter* paling populer adalah akses media sosial (31%) urutan kedua komunikasi elektronik lewat email (21.8%), selanjutnya akses portal berita (18.1%) dan menonton film lewat youtube (13,2%) sisanya yang lain. Halaman jejaring sosial atau media sosial paling populer adalah facebook (64.8%), Youtube (6,3%), twitter (5.9%), blogspot (0,5%) dan sebagainya. Untuk melakukan akses internet *netter* paling besar menggunakan *smarphone* (87,8%), jasa warung internet (5,8%), jaringan internet di rumah (3,6%) jaringan internet kantor (1,6%).

Facebook merupakan jejaring sosial (*social network*) yang bisa dimanfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal dan berkomunikasi dalam berbagai keperluan dan juga bersifat rekreasi. Facebook memang bukan yang pertama tetapi facebook saat ini paling populer dan paling banyak digunakan terbukti pada penelitian di atas. *Facebook* digunakan sebagai tempat untuk mencari informasi, pertemanan, rekreasi online, relasi bisnis, penjualan barang, membuat grup dalam komunitas pembelajaran.

Hasil survey ini menunjukkan bahwa masyarakat terutama masyarakat kampus sedang menikmati perubahan budaya. Mereka sekarang mengalami ketergantungan kebutuhan informasi. Hidup mereka sangatlah tergantung dengan sarana akses informasi berupa *gadget*. Mereka mengisi waktu luangnya untuk berkoneksi dengan pihak lain bahkan memang menggantungkan hidupnya dari komunikasi online.

Facebook merupakan layanan jejaring sosial sebagai obyek kajian kali ini, karena memang media jejaring sosial yang paling populer di dunia maya. *Facebook* merupakan media sosial yang terbuka kepada siapapun dari latar belakang apapun, dan memungkinkan untuk *grouping* dengan ketertarikan atau hoby yang sama, bahkan memungkinkan untuk dikembangkan sebagai sarana *meeting* dan diskusi online yang saling berinteraksi satu sama lain layaknya diskusi dalam lingkaran.

Perpustakaan UMS telah mengambil manfaat dari media sosial baik itu Facebook, instagram, twitter untuk berhubungan dan berkomunikasi dengan penggunannya. Perpustakaan selalu menginformasi perkembangan yang terjadi baik berupa kebijakan, info lowongan kerja, perubahan-perubahan jam layanan, kegiatan-kegiatan perpustakaan, serta melinkan website perpustakaan yang di dalamnya menginformasikan berbagai jenis layanan yang bisa di akses langsung.

KESIMPULAN

Peningkatan akses internet di Indonesia ini semakin meningkat, hal ini di dorong dengan berkembangpesanya perangkat teknologi informasi baik komputer dan smarphone. Aktivitas *netter* paling populer adalah untuk akses internet menggunakan smarphone dan laman yang paling banyak di kunjungi adalah media sosial. Facebook merupakan media sosial yang palaing banyak diminati.

Kesempatan menjadi lebih terbuka karena hampir setiap mahasiswa memiliki smarphone untuk mengakses informasi online dan perpustakaan sebagai lembaga pelayanan informasi mampu memanfaatkan budaya yang populer dan trend untuk berkomunikasi langsung dengan para netter tersebut. Perpustakaan bisa terlibat langsung dalang diskusi online, menyampaikan informasi dan sebagainya.

SARAN

Pergeseran budaya komunikasi oleh sebagian besar pemustaka patut di apresiasi. Perpustakaan harus dapat mengambil peran yang lebih strategis untuk peningkatan layanan yang lebih melibatkan kontribusi peran dari pemustakanya. Melalui forum-forum online komunikasi dapat terbangun dengan cepat dan praktis, dan keterlibatan dari pemustaka akan dapat dirasakan.

REFERENSI

- Briggs, Asa dan Peter Burke (2006). Sejarah Sosial Media: dari Gunterberg sampai Internet. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Budiargo, Dian (2015). Berkomunikasi Ala Net Generation. Jakarta: Kompas Gramedia
- Kamil, Ridwan (2014). Aku, Kamu, dan Media Sosial. Bandung: Sygma Creative Media Corp.
- Mardina, Riana (2015). Potensi Digital Natives Dalam Representasi Literasi Informasi Multimedia Berbasis Web Di Perguruan Tinggi . *Jurnal Pustakawan Indonesia Volume 11 No. 15*
- NASRULLAH, Rulli (2015). Media sosial : Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Pendit, Putu Laxman dkk, (2013). Perpustakaan *Digital: Perpspektif* Perpustakaan Perguruan Tinggi. Jakarta: Sagung Seto.

Pendit, Putu Laxman, (2015). *Digital Native*, Literasi Informasi dan Media Digital – sisi pandang kepastakawanan. Disampaikan dalam Seminar Nasional Institutional Repository: Keterbukaan Informasi dan Tantangan Implementasinya, di UAJY 26 Agustus 2015.

Priyanto, Ida Fajar (2015). Kesiapan Pustakawan Membangun Repositori Akses Terbuka (Open Access). Disampaikan dalam Seminar Nasional Institutional Repository: Keterbukaan Informasi dan Tantangan Implementasinya, di UAJY 26 Agustus 2015

Rahmah P. S , Raden Putri dan Neni Yulianita(2015). Makna Media Sosial bagi Profesi *Public Relations* Perguruan Tinggi. Prosiding Hubungan Masyarakat ISSN: 2460-6510
Suara Muhammadiyah No 02 Th 102

Widada, Cahyana Kumbul. (2017). Menuju Kepustakawanan Perguruan Tinggi Muhammadiyah ‘Aisyiyah Berkemajuan. Surakarta: Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta

<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>.